

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI**

(Studi pada Konsumen Teh Racek Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Muhammad Ardhi Fadliandika

201310160311022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2017

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI**

(Studi pada Konsumen Teh Racek Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi

Oleh :

Muhammad Ardhi Fadliandika

201310160311022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2017

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI**
(Studi pada Konsumen Teh Racek Malang)

Oleh :

Muhammad Ardhi Fadliandika

201310160311022

Malang, ... Oktober 2017

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Marsudi, M.M.

Drs. Dicky Wisnu U.R., M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : **Sabtu, 28 Oktober 2017**

Tempat : **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

N a m a : **MUHAMMAD ARDHI FADLIANDIKA**

No. Induk : **201310160311022**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI
(Studi pada Konsumen The Racek Malang)**

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Rahmad Wijaya, Dr., M.M.	74	
2.	Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.	74	
3.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	80	
4.	Dr. Marsudi, M.M.	79	

Nilai rata-rata : **76.75 / B+**

Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Kategori : Layak / Tidak Layak *)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui
a.n. Dekan FEB-UMM,
Wakil Dekan I,



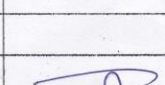
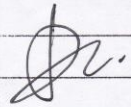

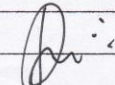




Dr. Widayat, M.M.

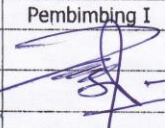

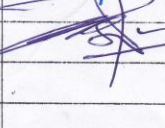



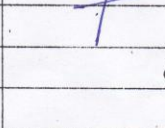
Malang, **28 Oktober 2017**
Ketua Tim Penguji,

Rahmad Wijaya, Dr., M.M.

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

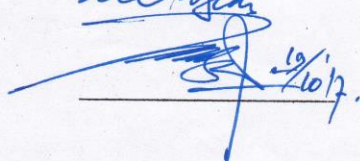
NAMA : Muhammad Ardhi S.
NIM/IPK/Konsent : 201310160311022 / Penusutan
Tgl. SK Bimbingan :
Alamat/Tlp/HP : Jl. Candi Mendut Bojonegara VI no. A-1
08534750085-1
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image & Kualitas produk terhadap minat beli (Studi pada Konsumen Teh Rasek Malang)

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
22/3/17	Penyusunan topik penelitian		
30/3/17	Penyusunan rumusan bisnis dan		
7/3/17	Revisi Lt. belakang + rumusan		
21/3/17	Revisi latar belakang		
	Revisi Tujuan penelitian		
11/4/17	Lt. belakang, latar belakang, rumusan bisnis & batasan penelitian		
13/4/17	Latar belakang utbk jurnal		
	Latar belakang ditambah		
	Kerangka pikir		
	Hipotesis + rumusan hipotesis		
12/5/17	Am. Error		
15/5/17	Penyusunan proposal penelitian		
16/5/17	Revisi Lt. belakang + rumusan		
16/5/17	Revisi Lt. belakang + rumusan + tujuan serta penyimpulan		

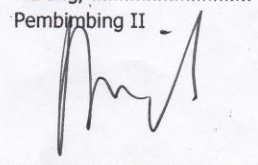
Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
19/5/15	Callegi Rumor, Injeksi, katarak & lazim bab 3		
22/5/15	Populasi; sampel & teknik sampling Def. operasional variabel - bab 4 Uji hipotesis		
27/5/15	Revisi u/ def. operasional dan kion dikaitkan dengan pro		
26/6/15	dan Supra		R
11/8/15	Revisi qm		R
14/8/15	Quero bisa dibeluh in kpond (125)		R
27/8/15	Pelvic ketoniser dan diseminasi in inhibitor?		
28/8/15	Distorsi & distorsi Cabaler in 30 kpond		
6/9/15	Didas ber x 2.2 dan kintain sampelnya		
25/9/15	Oron al. dan Responda		R
26/9/15	Asen dikaitkan u/ penkutan bawah dan penkutan		
27/9/15	Ingota bab iv		d
16/10/15	Rws bab iv		
	1. Lathman u/ Vaki-bili dulu Baru		R
	2. Tabulasi		
	3. Tabel data gansatu		

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II

Pembimbing I

see usin

 19/10/17

Malang,
 Pembimbing II



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ardhi Fadliandika

NIM : 201310160311022

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*Plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (refrensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 Oktober 2017

Yang Menyertakan

Muhammad Ardhi Fadliandika

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI
(Studi pada Konsumen Teh Racek Malang)**

Muhammad Ardhi Fadliandika
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144
Email : muhammadardhi88@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap minat beli. populasi dari penelitian ini konsumen Teh Racek Malang dengan sampel konsumen yang pernah melakukan pembelian/mengkonsumsi produk Teh Racek Malang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *sampling purposive* dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa : (1) *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Teh Racek. (2) kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Teh Racek. (3) *brand image* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Teh Racek. (4) Variabel kualitas produk berpengaruh paling dominan terhadap minat beli.

Kata kunci : *Brand image*, Kualitas produk, Minat beli

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON
PURCHASING INTEREST
(A Study on Consumers of The Racek Malang)**

Muhammad Ardhi Fadliandika
*Management Studies Program
Economics and Business Faculty
University of Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144
Email : muhammadardhi88@gmail.com*

ABSTRACT

Abstract: *The purpose of this study was to examine the influence of brand image and product quality on purchasing interest of Teh Racek consumers in Malang. The subjects of the study were consumers of Teh Racek in Malang. The subjects involved were 130 participants using purposive sampling technique. The data were analyzed by using multiple linear regression analysis.*

The results of the study showed that: (1) brand image significantly positive influenced purchasing interest of Teh Racek consumers. (2) product quality significantly positive influenced purchasing interest of Teh Racek consumers. (3) brand image and product quality simultaneously and significantly influenced purchasing interest of Teh Racek consumers. (4) product quality the most dominant variable that influenced purchasing interest was product quality.

Keywords: *Brand image, Product quality, Buying interest*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayat-nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap minat beli” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hj. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. H. Marsudi M.M, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Drs. H. Dicky Wisnu UR., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Uci Yulianti, M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tua tercinta saya, Bapak Bambang Trisno Murtomo dan Ibu Susi Larashati atas dukungan, perhatian, doa, pengorbanan, serta cinta dan kasih sayang beliau yang tiada putus.
7. Serta ketiga kakak tersayang Achmad Adhi Pradana, Rendy Trihermawan, dan Nurfi Mayta Sari yang selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
8. Keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada semua sahabat-sahabat semasa kuliah dan seluruh teman-teman kelas manajemen A 2013 atas bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Amaliah putri yang selalu mendampingi, tak pernah lelah mendengarkan keluhan penulis, maupun bantuan yang diberikan demi melancarkan setiap tujuan penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat

dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Malang, 20 Oktober 2017

Penulis

(Muhammad Ardhi Fadliandika)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Batasan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Pikir	19
D. Hipotesis	20
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	23
A. Lokasi Penelitian	23

B. Jenis Penelitian.....	23
C. Populasi dan Sampe	23
D. Definisi Operasional Variabel.....	24
E. Jenis dan Sumber Data	28
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Pengukuran Data	29
H. Uji Instrumen Penelitian.....	30
I. Teknik Analisis Data	31
J. Metode Analisis Data	33
K. Uji Hipotesis	34
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Penjelasan Penelitian	38
B. Gambaran Perusahaan	38
C. Uji Instrumen	39
D. Deskripsi Responden.....	42
E. Deskripsi Variabel.....	45
F. Deskripsi Jawaban Responden.....	45
G. Analisis Data.....	49
H. Pembahasan	57
BAB V	
PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Lokasi Kios Teh Racek per Agustus 2016	6
3.1 Definisi Operasional Variabel Brand Image	26
3.2 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk	27
3.3 Definisi Operasional Variabel Minat Beli.....	28
4.1 Hasil Uji Validitas.....	40
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	41
4.3 persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.4 Persebaran Responden Berdasarkan Usia	43
4.5 Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status.....	44
4.6 Persebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
4.7 Distribusi Jawaban Masing-Masing Pernyataan pada Variabel Brand Image	46
4.8 Distribusi jawaban masing-masing pernyataan pada variabel kualitas produk.....	47
4.9 Distribusi jawaban masing-masing pernyataan pada variabel minat beli	48
4.10 Hasil Uji Normalitas	50
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	50
4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
4.13 Hasil Analisis Linier Berganda.....	52
4.14 Hasil Uji t.....	54
4.15 Hasil Uji F	56
4.16 Uji Kontribusi Terbesar	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Hubungan *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	64
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner	67
Lampiran 3 Hasil Output SPSS	70



DAFTAR PUSTAKA

- Adytiara, D., & F. Rosinta. 2013. "Persepsi Konsumen pada Kualitas Produk Susu UHT (*Ultra High Temperature*) Full Cream PT. Ultrajaya Milk Industry (Studi Deskriptif: Khususnya Ibu-ibu yang Memiliki Balita)". Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hestianingsih. 2013. Tidak Langsung Diminum Setelah Diseduh, Khasiat Teh Bisa Hilang. <https://wolipop.detik.com/read/2013/05/16/103534/2247500/849/tidak-langsung-diminum-setelah-diseduh-khasiat-teh-bisa-hilang>. (diakses 23 April 2017)
- Hidayat, M. N. 2017. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Brand Bakso Alex (Studi pada Konsumen Bakso Alex Surakarta)*. Surakarta.
- Kosasih, A., & F. Liu. 2015. *Analisa pengaruh kualitas produk, brand image, dan promosi terhadap minat beli pelanggan pada Populer Bakery*. Surabaya
- Kotler, Philip, & Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 8. Erlangga. Jakarta.
- . 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- . 2012. *Marketing Management. 14th edition*. Global Edition Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium 1. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Laksana, F. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu. Sukabumi
- Mendrofa, K. J., & M. Sabar. 2016. *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Domain .id*. Jakarta.
- Pradipta, H. O. 2015. *pengaruh citra merek, periklanan terhadap minat beli konsumen thermometer Onemed*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 4, Nomor 7. Surabaya.
- Prawira, Bayu & Yasa. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar*. Denpasar
- Putra, B.A., Lopian, & Lumanauw. 2014. *Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Minat Membeli Kembali Voucher Isi Ulang Telkomsel*. Vol.2 No.3 September 2014. Manado

- Putro, Samuel, Katrina, & Brahmana. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No. 1. Surabaya.
- RacekGrup. 2016. Home Teh Racek. www.racekgrup.com (diakses 29 April 2017)
- Sari, R. D. A. 2016. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Feb Ums Surakarta)*. Surakarta.
- Septyawati, Himamy Ainun. 2012. www.blog.ub.ac.id/himamyas/2012/03/14/aspek-teknis-dan-finansial-teh-racek/ (diakses 21 maret 2017)
- [Seran, Yohanes Petrus. 2016. *Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Mie Instan "POP MIE" \(studi kasus:konsumen produk Mie INSTAN "POP MIE" di kampus II Universitas Sanata Dharma, Mrican, Yogyakarta\)*. Yogyakarta](#)
- Sindapati, Syarif, & Septayuda. 2015. *Pengaruh iklan dan brand image Teh Botol Sosro terhadap minat beli konsumen; Studi kasus pada mahasiswa Universitas Bina Darma*. Palembang.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, D. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Jakarta
- Susanto, Y.D. 2016. *Pengaruh Variety Seeking, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Perpindahan Blackberry Ke Smartphone*. Volume 5, Nomor 2, Februari 2016. Surabaya
- Swastha, B., & Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, & A. Diana. 2001. *Total Quality Management, Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Wa'dah, N. E. 2013. *Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Sepeda Polygon (Studi Kasus Pada Konsumen Sepeda Polygon di Toko Sepeda "Hidayah" Jepara)*. Jepara
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran Aplikasi Software SPSS*. Edisi 1. UMM Press. Malang.
- [Wiraguna, I K.G.A. 2016. *Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Penjualan di Pt. Kelapa Gading Denpasar*. Volume 13 Nomor 3 Juni 2016. Denpasar.](#)